vinetur

La hostelería alemana aún tramita muchos pedidos a mano pese al avance digital

La falta de integración entre canales multiplica errores y costes operativos en bares, restaurantes y distribuidores

jueves 8 de octubre de 2026



La hostelería y la distribución mayorista especializada de bebidas en Alemania siguen dependiendo en muchos casos de pasos manuales para tramitar pedidos, pese a la extensión de nuevas herramientas digitales. Una encuesta de kollex entre 600 profesionales del sector, difundida este miércoles, 7 de octubre, muestra que cerca de la mitad de los consultados considera que el grado de digitalización de su propio negocio es solo medio.

El estudio refleja una situación con dos tendencias al mismo tiempo. Por un lado, uno de cada dos establecimientos incorporó al menos una herramienta digital nueva en los últimos 12 meses. Por otro, los procesos digitales y analógicos continúan conviviendo en tareas básicas del día a día, sobre todo en la entrada y el tratamiento de pedidos.

Esa mezcla de canales obliga a muchos negocios a trabajar con varios sistemas a la vez. En hostelería, los pedidos siguen llegando por aplicación, tienda online, teléfono o correo electrónico. En el comercio mayorista de bebidas se añaden además los servicios de mensajería y la red comercial. Para muchas empresas, el problema no está solo en recibir pedidos por vías distintas, sino en que después deben pasarlos a mano a sus sistemas de gestión.

Kollex sostiene que esta forma de trabajar genera más carga manual, interrupciones entre sistemas y un mayor riesgo de error. La empresa apunta que muchos encargos todavía deben trasladarse de manera manual a los programas de gestión de mercancías. Ese paso añade tiempo administrativo y complica la trazabilidad interna de cada pedido.

Para el sector de bebidas, esa falta de integración puede traducirse en más gasto operativo y menos agilidad tanto para bares y restaurantes como para distribuidores. También puede elevar la posibilidad de fallos en referencias, cantidades o plazos de entrega, un punto sensible en un canal en el que conviven muchas marcas, formatos y reposiciones frecuentes.

Los participantes en la encuesta sitúan entre sus prioridades para los próximos años la reducción de costes, la mejora de la eficiencia, el ahorro de tiempo y la disminución de errores. Esos objetivos apuntan a una necesidad muy concreta: que el pedido complete todo el recorrido de forma digital, sin saltos entre herramientas ni transcripciones

manuales.

La implantación de nuevo software, sin embargo, sigue encontrando obstáculos claros. Kollex señala que las mayores barreras son la inversión necesaria y el tiempo que exige elegir la solución, ponerla en marcha y formar al personal. En los negocios pequeños esa tensión es mayor, porque la tecnología promete ahorrar tiempo a medio plazo, pero en la fase inicial obliga a dedicar recursos extra que muchas plantillas tienen ajustados.

El consejero delegado de kollex, Stefan Kellner, afirma que “antes de que la inteligencia artificial pueda usarse de forma útil, primero tiene que existir una base digital”. Su planteamiento sitúa el debate sobre la IA en un plano posterior: antes de automatizar procesos más complejos, muchas empresas aún tienen que resolver tareas básicas como unificar canales de pedido y evitar que la información tenga que copiarse de un sistema a otro.

La lectura que hace kollex es que la hostelería y el comercio mayorista de bebidas ya han dado pasos relevantes en digitalización, pero todavía no han eliminado la llamada última milla analógica. Mientras ese tramo siga dependiendo del teléfono, del correo, de la mensajería o de la carga manual de datos, las ganancias de eficiencia serán limitadas y la siguiente fase de la transformación digital quedará aplazada.